

DAFTAR PUSTAKA

- Adnas, D. A., & Veren. (2023). Analisa dan Pengembangan Visual Branding dengan Pendekatan R&D: Studi Kasus Barbershop. *Remik*, 7(1), 352–366. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12072>
- Baiduri, R., & Khoiriah, W. (2020). Perawatan Diri Sebagai Habitus Mahasiswa Laki-Laki Di Next Premium Barbershop Medan. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(2), 297–304. <https://doi.org/10.24114/jupii.v12i2.18346>
- Diyanti, N. W. T., Suryani, N. N., & Adhika, I. N. R. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada Bliss Barbershop Bali melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *Jurnal EMAS*, 2(1), 47–61.
- Faisal, M. (2017). Komunikasi Pemasaran Tugu Barbershop. *Ilmu Komunikasi*, 5(3), 413–425.
- Ghozali, Rafiqu, zulistiani, S. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Bintang Barbershop Di Tulungagung 2021. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akutansi [MEKA]*, 3(2), 554–562.
- Harianto, R. P., & Wibowo, S. A. (2017). Peranan Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Keluncum Barbershop Sepinggian Balikpapan. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 2(2), 49–60. <https://doi.org/10.33005/mebis.v2i2.12>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Indayani, L. (2018). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen*. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (pp. 1–16).
- Kusumah, R. K. A., & Wardhana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Culture Barbershop Ujung Berung Bandung. 6(3), 6180–6187.
- Maujud, F. (2018). Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Pengelolaan Madrasah Ibtidaiyah Islahul Muta'allim Pagutan). *Jurnal Penelitian Keislaman*, 14(1), 30–50. <https://doi.org/10.20414/jpk.v14i1.490>
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran* (pp. 1–

238).

- Prasetyawan, C. (2021). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, KUALITAS PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada Pelanggan Goodboy Barbershop Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(4), 276–283. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i4.6361>
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23–22. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>
- Purnaamasari, E. P., Santoso, B., & Reskiputri, T. D. (2022). Pelayanan, Harga, dan Trust dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(3), 387–396. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.54992>
- Rahayu, B., & Gustiawan, W. D. (2022). Standar Operasional Prosedur (SOP) Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Pelayanan Di Defaros Barbershop Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(October), 3889–3896.
- Rais, R. R., Suherman, & Edo, S. S. M. (2022). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervenin. *Braz Dent J.*, 33(3), 823–837.
- Rio, Sasongko, S. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109–130. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Sumiarta, I., Putu, A. A., & A, cempaka D. (2023). Self image congruity. *PENGARUH SELF IMAGE CONGRUITY DAN CUSTOMER PERCEIVED SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DI VEGAS BARBERSHOP DENPASAR*, 4, 38–48.
- Tanama, P. rahayu B. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta*.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Tasya, R., & Dwiyanto, B. M. (2022). Minat Beli Ulang Jasa Prestige Barbershop Di Kota Sabang Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai. *Journal of Management, 11*, 1–13. file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/36601-82557-3-PB.pdf
- Umar, M., Harttadi, I., Lukitasari, E. H., & Ylianto, A. (2023). Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop Di Gondangrejo Karanganyar. *Jurnal Kemadha, 13*(1), 99–118.
- Wardoyo, E. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kebumen Barbershop. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 21*(1), 1–16. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v21i1.20>
- Widjiono, L. M., & Japarianto, E. (2015). Analisa Pengaruh Self Image Congruity, Retail Service Quality, Dan Customer Perceived Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Broadway Barbershop Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 9*(1), 35–42. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.35-42>
- Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).
- Zaini, A., & Poernamawati, D. E. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repeat Buying (Studi Pada Pelanggan Barbershop di Kota Malang). *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis, 13*(2), 131–143. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v13i2.71>